



Rémy Cointreau accélère sa stratégie digitale pour offrir une expérience premium grâce au PIM d'Akeneo

Nantes, le 11 janvier 2022. - [Akeneo](#), leader mondial des solutions de gestion de l'expérience produit (PXM), a récemment été choisi par Rémy Cointreau pour l'aider dans sa transformation digitale. Le groupe français de spiritueux souhaitait en effet mieux contrôler l'information produit diffusée à ses clients finaux tout en facilitant le travail de ses équipes et distributeurs. Un double objectif auquel le PIM a pu apporter une réponse concrète.

Il y a un an, le groupe Rémy Cointreau s'est aperçu que plusieurs lacunes pesaient sur sa stratégie e-commerce : manque de cohérence entre les informations produits, méconnaissance du client final, utilisation d'outils dépassés pour centraliser l'information (tableurs Excel, notamment), etc. L'industriel français a donc lancé une phase de prospection afin d'identifier une solution répondant à des objectifs multiples : contribuer à la cohérence de la marque et se rapprocher de ses clients finaux en poursuivant sa transformation digitale.

Rémy Cointreau a mené plusieurs ateliers de travail réunissant des collaborateurs issus de différentes équipes (supply chain, marketing, etc.) et marques (Rémy Martin, Louis XIII, Cointreau, The Botanist, etc.) dans le but de recueillir leurs besoins. Après 3 mois de réflexion, c'est finalement Akeneo qui a retenu l'attention du groupe français avec ses solutions de PIM (Product information management) offrant une meilleure maîtrise de la diffusion des données, y compris vers des canaux de vente non maîtrisés (distributeurs et marketplaces, entre autres).

Une solution rapide à déployer et aux usages multiples

“Nous avons commencé par lancer des modèles de base de fiches produits aux États-Unis en février dernier. 12 marques ont été embarquées, avec un peu moins de 200 références”, explique Pasqual Ortuño Nuñez, Manager IT Digital chez Rémy Cointreau. “Nous avons des besoins importants de scalabilité pour les prochains marchés : nous prévoyons de lancer le Royaume-Uni, la France, l’Allemagne, la Belgique et Singapour en 2022. Aujourd’hui, nous pensons pouvoir développer un modèle dans un nouveau pays en 2 mois et demi.”

En plus d’être rapide à mettre en place, la solution d’Akeneo présente de nombreux avantages, à commencer par sa capacité à offrir une information cohérente aux nombreux distributeurs travaillant avec Rémy Cointreau. Positionnement de luxe oblige, le groupe met également un point d’honneur à fournir un service irréprochable, y compris dans ses boutiques en ligne. Une stratégie dans laquelle le PIM trouve, là encore, toute sa place, puisqu’il alimente directement la plateforme Shopify, que l’entreprise française utilise pour gérer et animer ses e-shops.

“Nous sommes ravis d’accompagner Remy Cointreau et de leur permettre de mettre en place une expérience client premium multi marques, et ce dans un contexte de développement international et digital ambitieux”, confirme Emeric Koda, Directeur Commercial Europe du Sud chez Akeneo.

L’ambition d’en faire toujours plus

Moins d’un an après le déploiement du PIM, force est de constater que l’apport de cette technologie porte peu à peu ses fruits : “Le PIM permet de renforcer nos relations commerciales avec nos distributeurs, qui savent déjà que la donnée est complète et connectée chez nous. Mais cela va surtout faciliter le quotidien de nos équipes de vente marketing et logistique grâce à la mise en place d’un référentiel unique”, indique Pasqual Ortuño Nuñez.

Si la satisfaction semble déjà au rendez-vous, Rémy Cointreau ne compte pas s’arrêter en si bon chemin ! À l’instar d’autres acteurs du secteur de l’alimentation, le groupe espère proposer prochainement des fiches de cocktails dynamiques basées sur les ingrédients dont les clients disposent. Grâce au PIM, il serait ainsi possible de proposer une recette de cocktail adaptée. À terme, le spécialiste des spiritueux souhaite

également recourir au PIM pour enrichir automatiquement ses référentiels produits, aujourd'hui complétés de façon manuelle.

À propos d'Ekeneo

Ekeneo, leader mondial en Product Experience Management (PXM), permet aux entreprises de multiplier leurs opportunités de croissance grâce à une expérience produit cohérente et convaincante sur tous les canaux de vente : eCommerce, marketplaces, mobile, print, points de vente, etc. Avec sa plate-forme open-source, son PIM de pointe, ses modules complémentaires, ses connecteurs et sa marketplace, Ekeneo PXM Studio améliore considérablement la qualité et la précision des données produit, simplifie la gestion des catalogues et accélère le partage des informations produit sur tous les canaux de distribution et dans toutes les régions.

Des leaders internationaux, fabricants, distributeurs ou retailers, comme Accor, Air Liquide, Franprix, Nature et Découverte, Staples Canada, Fossil... font confiance aux solutions Ekeneo pour adapter et personnaliser leurs stratégies de vente omnicanales et internationales. En utilisant Ekeneo, les marques et retailers optimisent l'expérience client qu'ils proposent, augmentent leurs ventes, réduisent les délais de mise sur le marché, s'internationalisent et améliorent la productivité de leurs équipes. Pour plus d'informations : <https://www.ekeneo.com>

Contact presse

Fabien Carré

01 445 345 00

fabien.carre@ace-rp.com